

HOY LA COMPETENCIA ES A NIVEL GLOBAL

Andrés López, docente de la UBA e investigador del Conicet, dice que muchas veces las empresas no sólo necesitan exportar, sino “instalarse de manera directa” en otros países

| **Diario El economista** | **Jueves 20 de julio de 2017**

Entrevista a Andrés López Docente de la UBA e investigador del Conicet

Frente a la iniciativa oficial de lanzar una batería de medidas para que empresas medianas y grandes logren transformarse en multinacionales, Andrés López, docente de la Facultad de Ciencias Económicas e investigador del Conicet, sostiene que muchas veces las empresas no sólo necesitan exportar, sino “instalarse de manera directa” en otros países como su estrategia de competencia e incluso supervivencia. Y asegura que si de las 200 empresas con potencial que identificó el Gobierno “se logra que 20 de ellas se multinacionalicen vamos a dar un salto tremendo”.

El Gobierno quiere impulsar la internacionalización de empresas medianas y grandes. ¿Es posible tener más multinacionales?

Me parece importante que se avance en ese tipo de medidas porque Argentina quedó bastante retrasada en la comparación regional en lo que se llama “multilatinas”, empresas multinacionales que tienen origen en América Latina. Brasil, México, Chile, incluso Colombia han avanzado mucho en este terreno. Esto tiene que ver con que hoy en muchos mercados la competencia es global. Muchas veces las empresas no sólo necesitan exportar sino instalarse de manera directa en otros territorios, incluso como parte de su propia estrategia de supervivencia frente a otros competidores que operan en muchos territorios.

¿Puntualmente cuál es la ventaja de ser una multinacional frente a una empresa que esté instalada en el país y exporta sus productos?

Esto tiene mucho que ver con el tipo de mercados en el que uno opera. Si yo exporto aceite de soja no necesito internacionalizarme, basta con tener plantas eficientes en Argentina y listo. No es lo mismo si por alguna razón tengo necesidad de estar cerca de los clientes, de los consumidores, o existen barreras a la exportación por distancia o restricciones específicas, o si necesito complementar capacidades productivas o tecnológicas que no están disponibles en el mercado local. En fin, dependiendo del tipo de mercado hay distintas motivaciones que hacen que las empresas en su proceso de expansión en algún momento, si quieren seguir creciendo, tengan que internacionalizarse. Pero también hay otra ventaja por lo que en el mundo se llaman cadenas globales de valor. Cada vez

más comercio está dominado por empresas que se multinacionalizan y hacen una división interna del trabajo de la corporación en distintos países en los que se instalan. Si un país que meramente es receptor de Inversión Extranjera Directa (IED), entonces por ejemplo la Ford en Detroit decidirá qué autos se hacen en Argentina, qué contenido local se incorpora, si se hace investigación, si se hace diseño, dónde se compran las partes. Teniendo los headquarters (casas matrices) un país tiene más chances de ser sede de procesos decisorios que al final terminan impactando sobre la posibilidad de tener encadenamientos locales.

El Gobierno identificó 200 empresas con potencial. ¿Es este un buen momento para que algunas empresas, con cierta ayuda, puedan internacionalizarse?

Supongo que la idea del Gobierno es que las empresas también se autoseleccionen, en el sentido de que las que realmente tienen planes más o menos concretos de internacionalización empiecen a dar los primeros pasos. Evidentemente, son procesos sujetos a mucha incertidumbre y no toda empresa que quiera internacionalizarse finalmente tendrá éxito. Hay países que a las empresas que quieren internacionalizarse le dan inteligencia de mercado, para ver quiénes son los potenciales socios, los potenciales clientes, qué regulaciones tendrán que enfrentar, qué asistencia y promoción tienen en esos países. Seguramente de esas 200 empresas no vamos a tener 200 multinacionales argentinas exitosas pero con que logremos que 20 de ellas se multinacionalicen vamos a dar un salto tremendo. Me parece que es errada la idea de que como van a invertir afuera van a dejar de invertir acá. Hay que meterse a detectar los nichos en los que Argentina tiene posibilidades. Eso no depende tanto de sectores sino de empresas que tengan capacidades empresariales dinámicas.

Fuente: <http://www.eleconomista.com.ar/2017-07-hoy-la-competencia-es-a-nivel-global/>